

TESIS  
584

Universidad del Salvador  
Facultad de Ciencias Sociales  
Carrera de Sociología

## Tesis de Licenciatura

### **Formación de la escena pública y periodismo político televisivo: los casos de Tiempo Nuevo y Hora Clave**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Alumna: Georgina LISTRE  
Profesor Consejero: Luis Alberto QUEVEDO

*Diciembre de 1995*

## INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICAS.....	3
1. DEL ESPACIO PÚBLICO GRIEGO AL ESPACIO PÚBLICO BURGUÉS	
2. EMERGENCIA DEL ESPACIO PÚBLICO BURGUÉS	
3. SURGIMIENTO DE LA PRENSA	
4. LA MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA	
5. FORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA DE LA SOCIEDAD	
6. EL ESPACIO PÚBLICO CONTEMPORÁNEO	
III. ANÁLISIS.....	16
1. LA ESCENA PÚBLICA EN TIEMPO NUEVO	
2. LA ESCENA PÚBLICA EN HORA CLAVE	
3. LAS ESCENAS CONTRASTADAS	
• El tractorazo	
• La ocupación ilegal de inmuebles	
4. EL LUGAR DEL PODER	
5. LA LÓGICA DE DOÑA ROSA	
6. LA VOZ DE LOS ESPECIALISTAS	
7. EL ROL DEL PERIODISTA	
• Bernardo Neustadt, el ciudadano	
• Mariano Grondona, el profesor universitario	
8. LAS OTRAS VOCES	
IV. CONCLUSIONES.....	57
V. ANEXO.....	63
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	64

## I. INTRODUCCION

Los programas de periodismo político se han convertido en protagonistas de la vida política argentina, como consecuencia del progresivo desplazamiento del espacio público desde los lugares tradicionales de discusión acerca del buen orden social hacia la televisión. En este contexto resulta relevante indagarnos acerca de la realidad que construye la televisión: cómo se construyen los escenarios políticos y sociales, cómo se instalan y legitiman los debates en torno de las cuestiones de interés público y cómo contribuyen, en definitiva, a la formación de la agenda pública.

Estos interrogantes han jugado un rol heurístico importante en nuestra investigación. Pero, en este trabajo, la inquietud general acerca de la realidad que construye la televisión se acotará al **análisis de las estrategias de producción de sentido mediante las cuales se construye el escenario público en dos programas de periodismo político de la televisión argentina.**

Los programas que analizaremos son: 1) **Tiempo Nuevo**, conducido por Bernardo Neustadt y 2) **Hora Clave**, conducido por Mariano Grondona. Hemos elegido estos programas televisivos porque son -dentro de su género- los programas de mayor rating, trayectoria y repercusión en el ámbito político nacional.

Por estrategias de producción de sentido entendemos las operaciones discursivas mediante las cuales se construye significativamente el espacio público en los programas considerados. Para nuestros fines, consideraremos tres tipos de operaciones discursivas, a saber: la tematización, la enunciación y la construcción de la escena comunicativa. Nos centramos en los lugares que ocupan el poder y la sociedad así como en los vínculos que se establecen entre estas instancias en el interior del espacio público construido. Asimismo, consideramos fundamental establecer la jerarquía de las voces que toman la palabra para lo cual analizamos el procedimiento mediante el cual se autoriza su ingreso en la escena comunicativa planteada.

En las consideraciones preliminares hacemos una breve reseña de la evolución de las nociones de público y privado desde el modelo helénico hasta nuestros días, centrándonos principalmente en las características que asume el espacio público burgués. Siguiendo la concepción de Jürgen Habermas<sup>1</sup>, encontramos que el espacio público contemporáneo emerge sobre la base del espacio público burgués, en el contexto del advenimiento de la democracia de masas y de los medios masivos de comunicación.

Creemos importante señalar que la escasez de trabajos que se han realizado en la materia que nos compete constituyó, sobre todo en las primeras etapas de investigación, una limitación importante. Es por ello que nuestra investigación ha seguido principalmente los lineamientos generales sugeridos (tanto explícita como implícitamente) en la bibliografía considerada, sobre todo en el campo de la teoría del discurso televisivo.

Finalmente, quiero agradecer muy especialmente a Luis Alberto Quevedo por su apoyo incondicional y su invaluable aporte tanto en lo intelectual como en lo humano. También quiero agradecer a la Escuela de Sociología de la Universidad del Salvador que tanto contribuyó a mi formación profesional y a su Director, el Lic. Edgardo Margiotta.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>1</sup> Habermas Jürgen, Historia y crítica de la opinión pública, Barcelona: Gustavo Gili, 1981

## II. ALGUNAS CONSIDERACIONES TEORICAS

El núcleo de la conformación del espacio público contemporáneo está constituido por las peculiares relaciones que en la actualidad se establecen entre los ciudadanos, la política en sentido lato y los medios masivos de comunicación.<sup>2</sup> En el marco de la progresiva imposición de una cultura de tipo audiovisual por sobre la tradicional cultura letrada, la presencia misma de los medios de comunicación masiva constituye el eje fundamental en torno al cual se ordenan las relaciones antedichas. De esta manera, el advenimiento de la llamada "sociedad de los medios de comunicación", impone una redefinición sociológica del concepto de espacio público.

Una de las características esenciales de los medios de comunicación consiste en que hacen simultáneamente visible para toda la sociedad ciertos aspectos de la realidad política y social. Esta global extensión de la publicidad constituye el contexto en el cual se manifiesta el espacio público contemporáneo. Ello permite aproximarnos a una definición primaria del espacio público como el ámbito de la "puesta en común simultánea" para toda la sociedad<sup>3</sup>.

La dicotomía entre lo público y lo privado demarca los límites de las esferas de acción humana con que se pueden caracterizar las relaciones entre los hombres y el poder político en los distintos momentos históricos. Siguiendo la línea teórica que establece Jürgen Habermas<sup>4</sup> podemos decir que con el advenimiento del espacio público tal como se conformó en la sociedad burguesa del siglo XVIII las nociones de lo público y lo privado cobran una significación novedosa y con ello se sientan las bases para la conformación del espacio público contemporáneo.

---

<sup>2</sup> Ferry Jean Marc, "Las transformaciones de la publicidad política", en Ferry J.M., Wolton D. y otros (comp.), El nuevo espacio público, Barcelona: Editorial Gedisa, 1992

<sup>3</sup> Dader José Luis, El periodista en el espacio público, Barcelona: Bosch, 1992

<sup>4</sup> Habermas Jürgen, op.cit., 1981

## 1. DEL ESPACIO PUBLICO GRIEGO AL ESPACIO PUBLICO BURGUES<sup>5</sup>

Para los griegos lo que hoy denominamos espacio público remite a la plaza pública, como lugar donde se reúnen los ciudadanos libres para discutir los asuntos de interés común. Este espacio de la polis está estrictamente separado de la esfera privada del oikos (economía doméstica). La libertad de los ciudadanos está dada por el hecho de que no ejercen el trabajo productivo, realizado por los esclavos. Sin embargo, es esta misma autonomía respecto del trabajo y su dominio sobre la esfera doméstica lo que faculta a los ciudadanos libres (que por tener dicha autonomía son tales) a participar de la esfera pública. La esfera pública se constituye tanto en la discusión (lexis) acerca de los asuntos de la ciudad como en la acción común (praxis). Mientras que el reino de la necesidad y la transitoriedad permanece en la oscuridad de la esfera privada, el espacio público se constituye como el reino de la libertad y la permanencia.

En la Edad Media europea es también la organización económica del trabajo social la responsable de que las relaciones de dominio estén centradas alrededor de la esfera privada constituida por la casa del señor feudal. Sin embargo, a diferencia del modelo helénico, el dominio sobre la esfera privada no le otorga al señor feudal derecho a participar del espacio público. Antes bien, podemos decir que no existe en la sociedad feudal la distinción de una esfera pública como "ámbito" separado de la esfera privada ya que lo público en la Edad Media está constituido por la representación del señorío. En este sentido señala Habermas que "(...) La publicidad representativa no se constituye como un ámbito social, como una esfera de la publicidad; es más bien (...) una característica de status. (...) El poseedor de ese status lo representa públicamente: se muestra, se presenta como la corporeización de un poder siempre elevado<sup>6</sup>". La representación a que se hace referencia es inseparable de la persona concreta del señor feudal: este se representa a sí mismo y lo hace mediante su comportamiento social "noble" lo cual le confiere cierto "aura" a su autoridad. Pero el principio de autoridad -del soberano y sus estamentos- proviene de un ámbito extra-

---

<sup>5</sup> Seguimos la línea de investigación de Habermas, op.cit., 1981 y de Arendt Hannah, The human condition, Chicago: University of Chicago Press, 1959, en sus reconstrucciones respecto de la relación entre lo público y lo privado desde el modelo helénico hasta nuestros días.

<sup>6</sup> Habermas Jürgen, op.cit., 1981



mundano, de un poder superior, y como tal la legitimidad del dominio no está cuestionada.

La sociedad aristocrática que emergió de la sociedad renacentista ya no representa primordialmente su propio señorío sino que más bien sirve de vehículo para la representación del monarca. Sin embargo, esta última forma de "publicidad representativa" se convertía en un enclave en el marco de una sociedad que, sobre la base de una economía mercantil precapitalista, se separa progresivamente del Estado. En efecto, la economía mercantil precapitalista allanó el camino que posibilitó la emergencia de los poderes estatales nacionales y territoriales y fue minando los fundamentos feudales del poder señorial. Con ello se sentaban las bases para la redefinición de las nociones de público y privado y para la emergencia del espacio público burgués.

## 2. EMERGENCIA DEL ESPACIO PUBLICO BURGUES

El surgimiento del espacio público burgués tiene lugar en las circunstancias históricas específicas en las que comienza a desarrollarse una incipiente economía de mercado, como modo de producción específico del capitalismo. Según la concepción de Habermas, el espacio público moderno emerge como una esfera entre la sociedad civil y el Estado en la cual se institucionaliza la discusión crítica y pública de los asuntos de interés general. Lo novedoso del espacio público burgués es justamente que se instaura la crítica como modo de racionalizar la dominación política. Con ello se impugna el principio absolutista según el cual la autoridad (cuya legitimidad es extra-mundana) hace la ley.

Las primeras esferas públicas ("burguesas") estaban constituidas por personas privadas que se reunían en los cafés, los salones y los clubes para intercambiar sus experiencias. De la autonomía de la conciencia individual (producto de la utilización de la razón y los medios de la moral que cuestionarían más tarde el principio de legitimidad del poder político) emergía la fuerza de la crítica que trastocaría los límites entre lo público y lo privado<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Ferry Jean Marc, op.cit., 1992